

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А
Ф А К У Л Т Е Т „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ“

Приета от ФС (протокол № 12/ 29.04.2024 г.)

Приета от КС (протокол № 8/ 16.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „МРЕЖОВ МАРКЕТИНГ“

ЗА СПЕЦ: „Международен бизнес“; ОКС „магистър“ – задочно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ

СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 30 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:	
Т.ч.	
• ЛЕКЦИИ	15
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	15
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	210

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р В. Макни)

2.
(гл. ас. д-р Н. Александрова)

Ръководител катедра:
„Международни икономически отношения“ (проф. д-р Веселина Димитрова)

I. АНОТАЦИЯ

Изучаваната дисциплина е продължение на бакалавърския курс Международен маркетинг в едно от нишовите му направления - Мрежов маркетинг. Студентите получават практически знания и изграждат предприемачески умения, които веднага могат да приложат в сферата на свободните професии, каквато е мрежовият маркетинг. Обръща се специално внимание върху придобиване на дигитални умения и използване на изкуствен интелект в социалните мрежи и обучението на екипи. Курсът акцентира върху усъвършенстване на специфични личностни качества, необходими за изграждане и водене на международни екипи.

Дисциплината „Мрежов маркетинг“ осигурява формирането на следните ключови компетентности съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз (ЕС) от 22 май 2018 г.:

Предприемаческа (група 7) – изгражда се предприемаческа нагласа, насърчава се креативността и се тестват подходи за справяне с предизвикателствата при изграждането на екипи.

Математическа (група 3) – развитието на бизнес в мрежовия маркетинг изисква разбиране и работа с компенсационни планове при изграждане на структури на много нива, в това число видове компенсации и проценти на възнаграждения от различните нива в дълбочина на мрежата.

Цифрова (група 4) – възможността за изграждане на международна мрежа от клиенти и партньори налага използване на онлайн платформи за провеждане на срещи с потенциални клиенти и обучения в екипа. Прилагат се нови инструменти като изкуствен интелект, в частност chatgpt и др., за оптимизиране управлението на бизнеса и работата с клиенти.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	Същност и развитие на мрежовия маркетинг в индустрията на директните продажби
2.	Особености на мрежовия модел и социално-икономически ефекти
3.	Основни понятия, разграничения и капани. Легални аспекти на мрежовия маркетинг
4.	Фундаментът на мрежовия маркетинг – 7те ключови умения
5.	Уменията – стъпка по стъпка
6.	Система - дубликация - моментум
7.	5те нива на лидерство в мрежовия маркетинг – модел на Мат Морис
8.	Менторство и развитие на екипи
9.	Социалните мрежи като инструмент за развитие на нови пазари
10.	Работа с екипи на живо и онлайн
11.	Приложение на изкуствения интелект за развитие на бизнеса
12.	Професионалистите в индустрията, световните събития и изграждане на международна мрежа

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест	1	30
1.2.	Практическо задание	1	40
1.3.	Реален казус	1	40
Общо за семестриалното оценяване:		3	110
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	100
Общо за сесийното оценяване:		1	100
Общо за всички форми на контрол:		4	210

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Макни, В. (2016), Скритото предприемачество
2. Chopra et al. (2023) A systematic literature review on network marketing
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.05.010>
3. Gross, C. & D. Vriens (2019) The Role of the Distributor Network in the Persistence of Legal and Ethical Problems of Multi-level Marketing Companies, Journal of Business Ethics, Vol. 156, pp. 333 – 355; DOI 10.1007/s10551-017-3556-9
Open access: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-017-3556-9>
4. EU – Country Commercial Guide (2024) Selling Factors and Techniques
<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/eu-selling-factors-and-techniques>
5. Найденов, П. (2023) Изкуственият интелект във вашия бизнес: ChatGPT и други стратегии за успешен бизнес през 21 век, изд. Анхир

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. <https://wfdsa.org/>
2. <https://seldia.eu/>
3. <https://www.businessforhome.org/>

¹ При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

4. [ftc.gov](https://www.ftc.gov)